

平成 25 ~ 26 年度消費者委員会活動報告

平成 27 年 1 月
消費者委員会

本報告は、平成 25 年 9 月 1 日から平成 26 年 8 月 31 日までの 1 年間の消費者委員会の活動についてまとめたものである。

目 次

委員長巻頭言「消費者委員会の最近の活動と今後の課題に向けて」	5
--------------------------------	---

第1章 消費者委員会について

1. 消費者委員会の概要	9
2. 第3次消費者委員会の活動（平成25年9月～平成26年8月）	9

第2章 委員会会合における主な調査審議事項

1. 消費者基本計画の検証・評価・監視について	10
（1）消費者基本計画の検証・評価・監視に係る関係省庁ヒアリング	
（2）消費者基本計画の検証・評価及び見直しについて	
2. 消費者委員会からの建議	11
（1）クレジットカード取引に関する消費者問題についての建議	
3. 消費者委員会からの提言及び意見	12
（1）商品先物取引における不招請勧誘禁止規制に関する意見	
（2）「食品表示等適正化対策」に対する意見	
（3）クラウドファンディングに係る制度整備に関する意見	
（4）商品先物取引法における不招請勧誘禁止規制の緩和策に対する意見	
（5）適格機関投資家等特例業務についての提言	
（6）「パーソナルデータの利活用に関する制度改正大綱」に関する意見	
4. 諮問を受けて答申を行った事項	16
（1）特定保健用食品の表示許可に係る答申について	
（2）不当景品類及び不当表示防止法上の不当表示規制の実効性を確保するための課徴金制度の導入等の違反行為に対する措置の在り方について	
5. 付議を受けて回答を行った事項	17
（1）消費税率の引上げに伴う定形郵便物等の上限料金の改定案に関する消費者委員会の意見について	
（2）消費税率の引上げに伴うJ Tのたばこ小売価格の改定案に関する消費者委員会の意見について	
（3）消費税率の引上げに伴う鉄道運賃の改定案に関する消費者委員会の意見について	

- (4) 消費税率の引上げに伴うバス運賃の改定案に関する消費者委員会の意見について
- (5) 消費税率の引上げに伴う東京都特別区に係るタクシー運賃の改定案に関する消費者委員会の意見について
- (6) 中部電力による家庭用電気料金値上げ認可申請に対する消費者委員会の意見について

- 6. 消費者委員会からの建議に関するフォローアップ・・・・・・・・・・ 22
 - (1) 「詐欺的投資勧誘に関する消費者問題についての建議」のフォローアップ
 - (2) 「地方消費者行政の体制整備の推進に関する建議」のフォローアップ

第3章 部会・専門調査会等における調査審議

- 1. 新開発食品調査部会・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 24
 - (1) 新開発食品評価第一調査会
 - (2) 新開発食品評価第二調査会
- 2. 食品表示部会・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 25
 - (1) 栄養表示に関する調査会
 - (2) 生鮮食品・業務用食品の表示に関する調査会
 - (3) 加工食品の表示に関する調査会
- 3. 公共料金等専門調査会・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 27
 - (1) 家庭用電気料金の値上げ認可申請に関する調査会
- 4. 景品表示法における不当表示に係る課徴金制度等に関する専門調査会・ 28
- 5. 食品ワーキング・グループ・・・・・・・・・・・・・・・・ 28

第4章 調査等

- 1. クレジットカード取引に関する消費者問題についての調査報告・・・・ 29

第5章 外部との意見交換、外部への情報発信

- 1. 外部との意見交換等・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 30
 - (1) 地方消費者委員会（消費者問題シンポジウム）の開催
 - (2) 消費者団体等関係団体との意見交換会の開催
 - (3) 要望書・意見書等の受付

2 . 外部への情報発信 30

(1) 委員会等の公開

(2) 委員長等による記者会見の実施

(3) 委員会ホームページを通じた情報提供

(4) 雑誌等への寄稿

資料 33

委員長巻頭言

「消費者委員会の最近の活動と今後の課題に向けて」

消費者委員会委員長
河上 正二

消費者委員会は、内閣総理大臣の下にあって、独立かつ中立の第三者機関として10名の民間委員によって組織され、政府の消費者政策全般に対して一定の監視機能と、政府からの諮問に応じて答申をする審議会機能を有し、独自に調査・建議をなす強力な権限を付与された委員会であり、世界的にも珍しい機能をもった組織である。当委員会は、自らの問題意識に基づき調査し、消費者目線で日本の消費者政策の全般にわたって問題点がないかを短期・長期に検討できる比較的自由的な立場にある。

今日、消費者問題は極めて多様で複合的かつ広範囲に生じているだけに、関係省庁を横断した消費者委員会が果たすべき役割は、困難ながらも、極めて重要なものと認識している。

日本では、世界の動向と同様に、高齢化、情報化、国際化が進展しており、消費者問題もこれに応じて、様々に展開しており、消費者委員会が取り組むべき課題も多彩である。

具体的に、消費者委員会の最近の活動について紹介しよう。

(1) 景品表示法など

平成25年後半に次々と発覚した大手デパートやレストランの食材・メニュー偽装問題で景品表示法の改正が問題として浮上した矢先、冷凍食品への毒物混入問題も発生した。食品の安全や適正な表示に関わる問題は、消費者委員会としても大きな課題として認識しており、健康食品の不当表示や誇大広告問題についての建議も行っている。特に、景品表示法の改正に関しては、不当表示に対する課徴金制度の導入問題が本格化し、内閣総理大臣からの諮問を受けて、平成26年2月から消費者委員会本会議において専門調査会との合同会議による集中審議に取り組んだ結果、同年6月には具体的制度案を盛り込んだ「答申」を发出することができた。その後、消費者庁でも早速に法案策定に取り組み、秋の臨時国会で、全会一致で不当表示に対する課徴金制度を導入する景品表示法改正法案が可決・成立したところである。これは、消費者庁との連携がうまくいった例ではないかと思われる。行き過ぎた表示・広告の適正化は大きな問題であり、今後とも注視していかねばならないと考えている。

(2) 食品表示

食品表示一元化法の制定に伴う食品表示基準の策定作業に加え、昨年後半には、「機能性表示食品」に係る新たな仕組みの導入を前提とした表示基準案に関する諮問を受けたことから、食品表示部会をはじめ消費者委員会本会議でも多くの議論を行った。食品問題は、生活に密着した消費者問題の原点であり、業界の関心も高い領域で、常にその難しさを痛感させられるが、今後とも、食品の安全性確保と表示の適正化を通じての消費者の選択権確保を基本に、緊張感を持って取り組むべき課題と心得ている。

(3) 金融投資家保護

金融・投資関連商品の販売に対する規制緩和が推し進められていることに関連して、消費者委員会では、高齢者に対する投資詐欺等に係る「セーフティネット」を張ることに多くの労力を費やした。特に、プロ向けファンド、クラウドファンディング等での個人投資家保護や、商品先物取引における不招請勧誘禁止ルールへの扱いなど、機動的対応が必要な問題に対し、多くの「意見」を発出した。幸い、多くの消費者団体等の方々からの支援に支えられ、消費者委員会の活動が、一定の防波堤としての役割を果たすことができているのではないかとと思われる。

(4) 安全分野

安全分野では、これまでの調査で、かなりの問題にメスを入れる必要があると考えるに至っているが、さしあたり、保育園児等の事故に関連する事故情報の収集・活用等に特化した調査を行い、昨年 11 月に建議を発出した。しかし、昨今明るみとなった自動車のエアバック事故によるリコール問題などにもみられるように、製品等の安全性に係る問題は、まだまだ氷山の一角であり、継続した調査・検討が必要と考えている。

(5) 取引分野

取引分野では、特に電子通信事業に係る消費者問題とクレジットカード取引を巡る問題等が注目される。

a. 電気通信販売勧誘

携帯電話・スマートフォン、インターネットやケーブルテレビ等の電気通信を利用して提供されるサービスについては、ここ数年、事業者の間で加熱した販売勧誘活動が見受けられ、消費者がそのサービスをよく理解しないまま契約

をしていることによる消費者問題が生じており、総務省や消費者庁の積極的対応が求められているが、消費者委員会としても、顧客保護の観点から適時に意見を発出しながら対応している。また、特定商取引法の見直し時期にさしかかっていることもあり、これとの関連にも配慮していきたいと考えている。

b. クレジットカード取引

割賦販売法に関連して、クレジットカード取引で決済代行等の介在する複雑化・重層化した決済システムによって引き起こされている問題についても、昨年8月に一定の建議を発出することができたが、VisaやMasterCardといった国際ブランドが介在し、渉外取引となっている場面では、根本的解決のために多くの課題が残されている。

c. 個人情報保護問題

インターネットの普及に関連して、パーソナルデータの利活用における個人情報保護の問題からも目が離せない。大量の個人情報流出事故を目にするにつけ、ビッグデータの利活用もさることながら、個人情報それ自体の管理や流通に関して適切な制度的対応が求められるところであり、この点については、昨年7月と9月の2回に分けて意見を発出した。

d. 消費者契約法の見直し

さらに、大きな問題として、消費者契約法の実体法部分の見直しに関する課題が控えている。昨年8月に内閣総理大臣から諮問を受けて専門調査会を立ち上げ、既に審議を開始しているところである。一方で民法改正の動向や、特定商取引法の見直しとも深く関連する課題でもあるが、既に、様々な改正提案や、消費者委員会の調査作業チームでの論点整理、消費者庁の検討会報告書なども存在しているところでもあり、今年の8月には、何らかの形で改正法案につながる意見集約を図りたいと考えている。

ほかにも、高齢消費者の被害、IT化に伴う消費者被害、国際化に伴う渉外的消費者取引被害への対応などの課題が山積しているが、限られた人員と予算の中で、できるところから積極的に取り組んでいく所存である。

小括

以上のように、消費者問題は極めて多様で、複合的かつ広域的に発生しており、今日、消費者委員会が果たすべき役割は、ますます重要度を増している。さらに、今年は、消費者庁と協力して、新しい「消費者基本計画」の策定にも

取り組まねばならない。

様々な課題への対応において、今年は、まさに消費者委員会の正念場といえよう。アンテナを研ぎ澄まし、適切に対処できるよう、今後とも、委員・事務局一同、力を合わせて頑張っていきたいと考えているところである。

最後に、最近の異常気象に加えて、自然災害の多い日本には、単純な「市場での消費者被害」のほかにも、被災者の生活支援が重要な課題となっている。4年前の東日本大震災や最近の大雨による土砂崩れなど、生活の安全・安心が脅かされている場面が少なくない。

被災地の現状を見るにつけ、消費者基本法第2条の理念「消費者の基本的需要が満たされること」の重要性を痛感させられる。そこでは、国だけでなく、事業者の果たす役割がますます重要となっており、広い意味での消費者問題においては、消費者対事業者の対立構造ではなく、互いに Win-Win の関係が迫られる必要があるように思われる。また、ボーダレス化する消費者問題の存在を考えると、国境を越えて、各国が力を合わせて消費者の権益を守るために努力する必要があるように思われ、消費者委員会としてもできる限りの貢献をしたいと考えている。

(平成 27 年 1 月記)

第1章 消費者委員会について

1. 消費者委員会の概要

消費者委員会は、平成21年9月1日に、消費者庁及び消費者委員会設置法の施行に伴い、消費者庁とともに発足した。消費者委員会は、消費者行政全般に対して監視機能を有する独立した第三者機関として、内閣府の外局たる消費者庁とは切り離す形で、内閣府に設置された（資料1-1-1）。消費者委員会の委員は、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に関して優れた識見を有する者のうちから、内閣総理大臣が10人以内を任命することとなっている（資料1-1-2）。

消費者委員会の主な任務は、①消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策等に関する重要事項に関し、自ら調査審議し、必要と認められる事項を内閣総理大臣、関係大臣又は消費者庁長官に建議すること、②内閣総理大臣、関係各大臣又は消費者庁長官の諮問に応じ、重要事項に関し、調査審議を行うこと、③消費者安全法第43条の規定により、内閣総理大臣に対し、必要な勧告等を行うこと、④消費者庁等が所管する個別の法律の規定によりその権限に属させられた事項を処理することである（資料1-1-3）。

また、消費者問題に係る広範な専門分野にわたり多数の事項を審議する必要があることから、消費者委員会本体における審議だけではなく、消費者委員会の下に部会・専門調査会等を設けて審議を行うこととしている（資料1-1-4）。

2. 第3次消費者委員会の活動（平成25年9月～平成26年8月）

消費者委員会は、平成25年9月1日から平成26年8月31日までの1年間（以下、「この1年間」という。）において、計39回の消費者委員会本会議を開催した（資料1-2-1）。平成21年9月1日における消費者委員会の発足以降の通算では、計170回の委員会本会議を開催したこととなる。

委員会本会議においては、消費者問題に係る様々な事項を調査審議していく中で、必要に応じ、消費者委員会としての建議や各種の意見表明、関係省庁からの諮問に対する答申等を行ってきた。

また、消費者委員会は、委員会本会議に向けた準備会合として「委員間打合せ」を随時開催し、様々な消費者問題や消費者行政が直面する課題等について、関係省庁・有識者等からのヒアリングや委員間の意見交換を行ってきている。第3次消費者委員会では、この1年間に計39回開催した（資料1-2-2）。

第2章 委員会会合における主な調査審議事項

1. 消費者基本計画の検証・評価・監視について

消費者基本法においては、消費者政策会議（消費者基本法第27条に基づき設けられた閣僚会議で、その庶務を消費者庁が行う）が、消費者基本計画の案を作成しようとするときのほか、消費者政策会議が行う消費者政策の実施の状況の検証・評価・監視について、それらの結果の取りまとめを行おうとする際には、消費者委員会の意見を聴かなければならないとされている。

現行の「消費者基本計画」（平成22年3月30日閣議決定）においては、この計画を実効性のあるものとするために、計画に盛り込まれた具体的施策の取組状況について、十分な検証・評価・監視を行うことが重要であるとされている。また、現行の計画においては、消費者庁と各施策の推進に当たる関係府省庁等は、重要課題ごとの施策の実施についての工程を明確化するとされており、さらに、消費者委員会の消費者行政全般に対する監視機能を最大限に発揮しつつ、検証・評価・監視を行うとされている。

このため消費者委員会は、重要課題ごとの施策の実施についての工程や実施状況について、消費者庁及び関係府省庁等に対してヒアリングを実施した。

さらに、消費者政策会議が行った消費者基本計画の検証・評価及び見直しについても、消費者委員会として、見直しプロセスの各段階において消費者庁から報告を受け、審議を行った。

(1) 消費者基本計画の検証・評価・監視に係る関係省庁ヒアリング

第3次消費者委員会として第1回目の関係省庁ヒアリングについては、平成25年10月から12月にかけて、5回の委員会本会議（第134回、第135回、第137回、第138回、第140回）にわたって行った。この中では、消費者基本計画の具体的施策170項目余の中から、34項目について、その工程も含めてヒアリングを実施した（資料2-1-1）。

また、第2回目の関係省庁ヒアリングについては、平成26年5月に3回の委員会本会議（第158回から第160回）にわたって行った。この中では、平成26年5月に消費者基本計画の改定素案が取りまとめられたことを受けて、消費者委員会が平成26年2月25日に取りまとめた意見（後掲資料2-1-3参照）に関連する項目について、同意見での指摘事項が計画の改定素案の具体的施策等にどのように反映されたのかを中心に、ヒアリングを実施した（資料2-1-2）。

(2) 消費者基本計画の検証・評価及び見直しについて

現行消費者基本計画の策定後4回目となる今回の検証・評価及び計画の見直

しについては、現行計画の計画期間が平成 26 年度末までとなっていることから、現行計画による成果を総括し、新計画の策定に向けた検討を行う上で極めて重要とされた。このため、消費者委員会としては、委員会がこれまでに取りまとめた建議・提言等の内容や、上記第 1 回目の関係省庁ヒアリングの結果等を踏まえ、第 145 回消費者委員会本会議（平成 26 年 2 月 25 日）において「消費者基本計画の実施状況に関する検証・評価及び計画の見直しに向けての意見」を取りまとめ、関係省庁における計画の検証・評価作業において特に留意すべき事項や、計画の見直しに向けて具体的に検討すべき課題を提示した（資料 2-1-3）。

その後、消費者庁及び関係省庁が消費者基本計画の改定素案を取りまとめたことを受けて、消費者委員会は同改定素案に盛り込まれた施策等について、上記第 2 回目の関係省庁ヒアリングを行った。消費者委員会は、その結果を踏まえ、第 160 回消費者委員会本会議（平成 26 年 5 月 27 日）において「消費者基本計画の改定素案（平成 26 年 5 月）等に対する意見」を取りまとめ、関係省庁に対して、計画の改訂原案等に反映することを求めるとともに、今後の課題として、新計画の策定に向けた検討を本格化することや、計画を起点とする PDCA サイクルの再構築について検討することを求めた（資料 2-1-4）。

その後、内閣総理大臣から消費者基本計画の変更について消費者基本法第 9 条第 1 項の規定に基づく意見を求められたことを受けて、第 164 回消費者委員会本会議（平成 26 年 6 月 17 日）において同計画の改定原案について消費者庁から報告を聴取し、消費者基本計画の変更の案については、同法の趣旨に鑑み妥当である旨の回答を行った（資料 2-1-5）。

2. 消費者委員会からの建議

消費者庁及び消費者委員会設置法に基づく「建議」は、消費者委員会が政府の消費者行政全般に対する監視機能を発揮する上で最も重要な手段の一つであり、積極的かつ有効に活用することが求められる。第 3 次消費者委員会はこの 1 年間で以下の建議を行った。

(1) クレジットカード取引に関する消費者問題についての建議

全国の消費生活センターに寄せられたクレジットカード取引に係る相談件数は、平成 16 年度から平成 25 年度までの間に約 3.2 倍に増加している。また、全ての相談件数に占めるクレジットカード取引に係る相談件数の割合も年々上昇しており、平成 25 年度は全体の 5.3%を占めている。

また、クレジットカード会社と販売業者等との間で立替払い等を行う決済代行業者が介在することが多くみられる等、取引の複雑化、重層化が進展してい

る。こうした取引の複雑化、重層化は、クレジットカード取引の一層の普及に資するものであったと思われるが、他方で、消費者に被害が生じた際には、利害関係者が多いため、その解決をより難しいものとしていると思われる。

このような中、インターネットによる通信販売取引の急速な普及に伴い、クレジットカードの利用が進んでおり、消費者が安心してクレジットカードを利用できる環境を整備することの重要性も一層高まっている。

以上の問題意識の下、消費者委員会では、消費者基本計画の検証・評価・監視（平成 25 年 11 月）において、インターネット取引について関係省庁からヒアリングを行い、「消費者基本計画の実施状況に関する検証・評価及び計画の見直しに向けての意見」（平成 26 年 2 月 25 日）では、「インターネット取引被害に関し、決済手段や決済代行業者の実態を把握した上で、決済代行業者登録制度の今後のあり方について検討するとともに、必要に応じ、被害抑止及び被害回復のための方策や決済代行業者に関する制度的対応の必要性等について、割賦販売法等の法改正も含めて検討することを明記されたい。」との意見を出した。

このような観点から、消費者基本計画の検証・評価・監視（平成 26 年 5 月）では、クレジットカードが関連する消費者トラブルに対する制度的対応の必要性等（割賦販売法等の法改正も含む）についても関係省庁からヒアリングを行った。その後、PIO-NET等による消費者被害の実態把握の調査を行うとともに、関係省庁や消費者団体、事業者団体、有識者等からヒアリングを重ね、調査報告を作成した。

こうした検討の結果を踏まえ、第 170 回消費者委員会本会議（平成 26 年 8 月 26 日）において、①加盟店の管理の徹底に係る制度整備、②翌月一括払い（マンスリークリア）の取引における抗弁の接続等の制度整備、③クレジットカード取引に関する消費者教育及び情報提供等の充実、の三つからなる建議（「クレジットカード取引に関する消費者問題についての建議」）を取りまとめ、内閣府特命担当大臣（消費者）及び経済産業大臣に対して発出した（資料 2-2-1）。

消費者委員会では、本建議への対応について、各大臣に対して、平成 27 年 2 月までにその実施状況の報告を求めた。

3. 消費者委員会からの提言及び意見

消費者委員会は、現下の消費者問題や消費者行政が直面する課題等について迅速かつ柔軟に対応するため、「建議」に加えて、「提言」及び「意見」等の形で積極的に意見表明等を行ってきている。この 1 年間においては、既に述べた消費者基本計画の検証・評価及び見直しに係る意見の他に、以下の意見表明等を行った。

(1) 商品先物取引における不招請勧誘禁止規制に関する意見

商品先物取引では、長年にわたって多くの深刻な消費者被害がもたらされてきたことから、累次の法律改正によって勧誘の仕方に関するいくつもの規制が導入されてきた。しかし、これらの措置だけではトラブルが抜本的に解消されるには至らない状況が続いていたため、不招請勧誘禁止規制が平成 23 年 1 月から導入された。

現在、証券・金融、商品を横断的に一括して取り扱う総合取引所の実現に向けた制度整備が行われており、行為規制については関係省庁（金融庁、農林水産省及び経済産業省）で検討されることとされている。

取引所における金融デリバティブ取引（初期の投資額を超える損失が発生しない仕組みの取引を除く）については不招請勧誘禁止の対象となっておらず、仮に商品先物取引における不招請勧誘規制が金融デリバティブ取引と同程度に緩和されると、消費者被害が再び増加することが予想される。本件については、当委員会に消費者団体や各地の弁護士会等から数多くの意見書等も寄せられている。

このため、当委員会は、関係省庁からヒアリングを行った上で、第 135 回消費者委員会本会議（平成 25 年 11 月 12 日）において、仮に商品先物取引における不招請勧誘禁止規制が金融デリバティブ取引に係る規制と同程度に緩和されると被害が再び増加することが予想される一方、商品先物取引に係る現状の不招請勧誘禁止規制の存続によって市場の健全な発展が阻害されるとは言えないため、不招請勧誘禁止規制を緩和すべきではないことを内容とする「商品先物取引における不招請勧誘禁止規制に関する意見」を取りまとめ、関係省庁における取組を求めた（資料 2-3-1）。

(2) 「食品表示等適正化対策」に対する意見

平成 25 年秋、ホテルや百貨店、レストラン等における食品表示等の不正事案が次々と表面化したのを受けて、政府は「食品表示等問題関係府省庁等会議」を設置した。同会議において、同年 12 月 9 日、消費者の信頼回復のための「食品表示等適正化対策」が決定されたことを受けて、消費者委員会は、第 138 回消費者委員会本会議（平成 25 年 12 月 10 日）において、消費者庁から同対策について報告を聴取し、意見交換を行った。

これを踏まえ、消費者委員会は、第 139 回消費者委員会本会議（平成 25 年 12 月 17 日）において、「『食品表示等適正化対策』に対する意見」として取りまとめ、「『健康食品』の表示等の在り方に関する建議」で求めていた不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）の不実証広告規制における資料提出を求める権限を都道府県知事に付与すること、さらには「地方消費者行

政の体制整備の推進に関する建議」で求めている国による地方消費者行政への財政支援の継続及び地方消費者行政の自主財源・人員確保に向けた国から自治体の首長等に対する働きかけなどについて、改めて求めるとともに、関係する事業者や業界団体においては、今回の事態を厳粛に受け止め、表示の適正化に向けた自主的な取組を着実に実施すること等を求めた（資料 2-3-2）。

（3）クラウドファンディングに係る制度整備に関する意見

新規・成長企業に対するリスクマネーの供給促進策としてのクラウドファンディングについて、金融審議会の新規・成長企業へのリスクマネーの供給のあり方等に関するワーキング・グループの報告を踏まえ、金融庁において制度整備に関する検討が行われている。

新規・成長企業への投資のリスクは極めて大きく、このような投資に関する規制を緩和するに際しては、投資者を保護するために十分な措置が講じられるべきである。

このため、当委員会では、これまで、第 137 回消費者委員会本会議（平 25 年 11 月 26 日）において、金融庁からヒアリングを行った上で、第 145 回消費者委員会本会議（平成 26 年 2 月 25 日）において、クラウドファンディングの仲介者等に対する「参入規制」、「情報提供義務」、「新規事業への投資の特質の理解とその確認」、「勧誘規制」等について、投資者被害を防止するための適切な措置を講ずることを求めることを内容とする「クラウドファンディングに係る制度整備に関する意見」を取りまとめ、金融庁における取組を求めた（資料 2-3-3）。

（4）商品先物取引法における不招請勧誘禁止規制の緩和策に対する意見

当委員会では、平成 25 年 11 月に、「商品先物取引における不招請勧誘禁止規制に関する意見」をとりまとめ、商品先物取引における不招請勧誘禁止規制を緩和すべきでないことを公表した。

しかしながら、経済産業省及び農林水産省は、平成 26 年 4 月 5 日、「商品先物取引法施行規則」等の改正案を公表して意見公募手続を開始した。この改正案は、商品先物取引法施行規則の改正により、7 日間の熟慮期間を設けること等の条件の下で、70 歳未満の消費者への電話・訪問勧誘による取引を幅広く認める等の内容となっており、改正案は、商品先物取引の不招請勧誘禁止規制を大幅に緩和し、事実上解禁するに等しく、改正案が実施されると、再び商品先物取引被害が社会問題化する危険性が極めて高いものであった。

このため、当委員会は、第 152 回消費者委員会本会議（平成 26 年 4 月 8 日）において、このような改正案が、消費者保護の観点から見て、重大な危険をは

らむものであることに鑑み、その再考を求めることを内容とする「商品先物取引法における不招請勧誘禁止規制の緩和策に対する意見」を取りまとめ、関係省庁における取組を求めた（資料 2－3－4）。

（５）適格機関投資家等特例業務についての提言

金融取引のうち、適格機関投資家等特例業務（いわゆる「プロ向けファンド」業務）を悪用した詐欺的投資勧誘とこれによる深刻な被害について、当委員会は、平成 25 年 8 月に「詐欺的投資勧誘に関する消費者問題についての調査報告」をまとめており、適格機関投資家等特例業務を利用した詐欺的投資勧誘被害の存在を報告し、高齢消費者被害への対策の必要を指摘していた。

当委員会では、これまで、第 137 回消費者委員会本会議（平成 25 年 11 月 26 日）で審議を行い、適格機関投資家等特例業務に係るファンドへの出資に関する消費トラブルについて、金融庁に被害防止対策を検討することを求めた。

また、国民生活センターは、「投資経験の乏しい者に『プロ向けファンド』を販売する業者にご注意！－高齢者を中心にトラブルが増加、劇場型勧誘も見られる－」（平成 25 年 12 月 19 日）を公表し、消費者への注意喚起と関係行政機関へ要望を行った。

当委員会は、第 141 回消費者委員会本会議（平成 26 年 1 月 21 日）において国民生活センターからヒアリングを行い、第 155 回消費者委員会本会議（平成 26 年 4 月 22 日）において、金融庁からヒアリングを行った上で、①適格機関投資家等特例業務における投資者の範囲についての要件の見直し、②悪質業者の排除のための取組の徹底を求めることを内容とする「適格機関投資家等特例業務についての提言」を取りまとめ、金融庁における取組を求めた（資料 2－3－5）。

（６）「パーソナルデータの利活用に関する制度改正大綱」に関する意見

個人情報保護については、平成 26 年 6 月 24 日に IT 総合戦略本部において、個人情報及びプライバシーの保護に配慮したパーソナルデータの利活用に関する制度改正の方向性を示すものとして、「パーソナルデータの利活用に関する制度改正大綱」が決定され、意見公募に付された。

本大綱は、保護されるべきパーソナルデータの範囲を始め、とるべき措置の内容を具体的に示していない部分が多く、今後、こうした部分を含めて、制度設計の細部等を検討し法案化が進められる予定とされているにとどまっている。

このため、当委員会としては、本大綱について、消費者の利益の擁護の観点から、内閣官房 IT 総合戦略室からパーソナルデータの利活用に関する制度見直しの検討状況等についてヒアリングを行ったほか、第 165 回消費者委員会本会

議（平成 26 年 7 月 8 日）では、本大綱の内容と今後の制度改正の進め方についてヒアリングを行った上で、第 166 回消費者委員会本会議（平成 26 年 7 月 15 日）において、①第三者提供及び目的外利用の適正化、②民間主導による自主規制ルール策定・遵守の枠組みの創設、③第三者機関の体制整備等による実効性ある制度執行の確保、④「継続的な検討課題」とされている事項への対応を求めることを内容とする「「パーソナルデータの利活用に関する制度改正大綱」に関する意見」を取りまとめ、内閣官房 IT 総合戦略室における取組を求めた（資料 2-3-6）。

4. 諮問を受けて答申を行った事項

消費者委員会は、自ら調査審議を行い、建議・意見表明等を行うことに加えて、内閣総理大臣（消費者庁）等からの諮問等に応じて調査審議を行い、答申等を行っている。この 1 年間に於いて、消費者委員会本体において取りまとめた主な答申等としては以下のものがある¹。

（1）特定保健用食品の表示許可に係る答申について

消費者庁長官が特定保健用食品の表示許可をするに当たっては、「健康増進法」に基づき定められた「健康増進法に規定する特別用途表示の許可等に関する内閣府令」により、その製品の安全性及び効果について消費者委員会の意見を聴かなければならないとされている。

特定保健用食品の表示許可に係る内閣総理大臣からの諮問に関し、消費者委員会新開発食品調査部会において審議を行った結果、平成 25 年 10 月に 1 品目（資料 2-4-1-1）、同年 11 月に 1 品目（資料 2-4-1-2）について答申を行った。さらに、平成 26 年 3 月に 1 品目（資料 2-4-1-3）、同年 5 月に 2 品目（資料 2-4-1-4）、同年 8 月に 10 品目（資料 2-4-1-5）について答申を行った。

（2）不当景品類及び不当表示防止法上の不当表示規制の実効性を確保するための課徴金制度の導入等の違反行為に対する措置の在り方について

平成 25 年 12 月 9 日に決定された「食品表示等適正化対策」²の一つとして、景品表示法における「違反事案に対する課徴金等の新たな措置の検討」が示され、同日、消費者委員会は、内閣総理大臣から「不当景品類及び不当表示防止法上の不当表示規制の実効性を確保するための課徴金制度の導入等の違反行為に対する措置の在り方について」の諮問を受けた（資料 2-4-2-1）。

¹ 「消費者基本計画の変更について」は本章 1.（2）を参照。

² 「食品表示等適正化対策」決定の経緯については、本章 3.（2）を参照。

それを受けて、消費者委員会は、同年12月17日に公表した『食品表示等適正化対策』に対する意見³の中で、「景品表示法の不当事案に対する課徴金等の新たな措置についての検討については、…（中略）…専門調査会を設置し、消費者庁からの協力を得つつ、検討を行うこととする。」とし、同日、「景品表示法における不当表示に係る課徴金制度等に関する専門調査会」⁴を設置した。

同専門調査会は、原則、消費者委員会本会議との合同会議として開催する形で調査審議を行い、平成26年6月10日、答申（案）を取りまとめ、同日の第163回消費者委員会本会議において答申が決定された（資料2-4-2-2）。答申では、調査審議における主な論点について、①対象事案のうち対象行為について、「不実証広告規制に係る表示」は、事業者から合理的根拠資料の提出がなければ課徴金を賦課することとした上で、被処分者がその後の訴訟において合理的根拠資料を提出して不当表示でないことを立証することにより、賦課処分について争うことができるとする手続規定を設けるべき、②「主観的要素」については、不当表示がなされた場合には、原則として課徴金を賦課することとし、違反行為者から、不当表示を意図的に行ったものでなく、かつ、一定の注意義務を尽くしたことについて合理的な反証がなされた場合を、例外的に対象外とする、③「被害回復の在り方」については、消費者の被害回復を促進する仕組みを導入すべきであって、違反行為者がとった消費者への返金等の自主的対応を勘案して、課徴金額から一定額を控除する制度を採用すべきとし、「自主的対応」は、消費者への返金を原則とすべきであるが、返金を補完するものとして寄附の仕組みを認めるべき、等とされた。

5. 付議を受けて回答を行った事項

家庭用電気料金の値上げや、消費税率引上げに伴う鉄道運賃やバス運賃の改定及び定形郵便物等の上限料金の改定等、重要な公共料金の改定については、所管省庁が認可するに当たり、物価問題に関する関係閣僚会議に付議することとされている。消費者委員会は、消費者庁より、関係閣僚会議に付議を行うための意見を求められ、回答としての意見を公表している。この1年間において、消費者委員会本体において取りまとめた意見としては以下のものがある。

（1）消費税率の引上げに伴う定形郵便物等の上限料金の改定案に関する消費者委員会の意見について

平成26年4月1日から消費税率が5%から8%に引き上げられることに伴い、

³ 『食品表示等適正化対策』に対する意見については、本章3.（2）を参照

⁴ 「景品表示法における不当表示に係る課徴金制度等に関する専門調査会」については、第3章4. を参照。

定形郵便物等の上限料金の改定申請がなされた。25 グラム以下の定形郵便物及び料金上限規制の対象となる 25 グラム以下の信書郵便物の料金は物価問題に関する関係閣僚会議に付議した上で決定することとされている。消費者庁より付議するにあたり、平成 25 年 11 月 19 日に消費者委員会の意見を求められた（資料 2-5-1-1）。

消費者委員会の公共料金等専門調査会⁵においては、総務省よりヒアリングを行い、調査審議を行い、同年 11 月 18 日に改正案について意見をとりまとめ、同年 11 月 19 日に第 136 回消費者委員会本会議で報告し、消費者委員会は同日、消費者庁、総務省へそれぞれ意見を発出した（資料 2-5-1-2）。

審査にあたっては、「改定前の料金水準及び料金体系に著しい問題が認められないこと」、「105 分の 108 を乗じた料金の設定が行われていること」及び「端数処理が合理的かつ明確な方法により行われていること」について検証を行い、総務省より提出された資料に記された日本郵便株式会社の業績推移（過去 5 年）及び見通しと、調査審議の過程における総務省からの口頭の回答により「日本郵便株式会社に過大な営業利益及び利益剰余金が生じていないこと及び業績推移の見通しが適正であること」が確認されたとした。

以上により、意見では、「改定案の内容は消費税の円滑かつ適正な転嫁の観点から妥当であると認められる」と結論付けた。なお、留意事項として、物価問題に関する閣僚会議への付議の対象ではない届け出制の郵便物の料金について、「総務大臣は、日本郵便株式会社から料金変更の届出を受けた場合、今回の調査審議で総務省から回答された、過大な営業利益及び利益剰余金が生じないこと及び業績推移の見通しが適正であること等を、改めて日本郵便株式会社に十分確認し、これらが確認できない場合には、郵便法第七十一条により郵便に関する料金の変更を命ずる措置を行うべきである」とした。

（2）消費税率の引上げに伴う J T のたばこ小売価格の改定案に関する消費者委員会の意見について

平成 26 年 4 月 1 日から消費税率を 5 % から 8 % への引き上げることに伴い、J T のたばこ小売価格の改定申請がなされた。製造たばこの国内市場占有率が 50 % を超える場合には製造たばこの小売定価は物価問題に関する関係閣僚会議に付議した上で決定することとされている。消費者庁より付議するにあたり、平成 26 年 2 月 13 日に消費者委員会の意見を求められた（資料 2-5-2-1）。

消費者委員会の公共料金等専門調査会において、平成 26 年 2 月 14 日に財務省へのヒアリングを行い、調査審議し、改定案に関する公共料金等専門調査会の意見をとりまとめ、同年 2 月 18 日に第 143 回消費者委員会本会議で報告し、

⁵ 「公共料金等専門調査会」については、第 3 章 3. を参照。

消費者委員会は同日、消費者庁、財務省へそれぞれ意見を発出した（資料 2-5-2-2）。

意見については、審査を行った結果、「改定前の料金水準及び料金体系に著しい問題が認められないこと」、「105 分の 108 を乗じた料金の設定が行われていること」及び「端数処理が合理的かつ明確な方法により行われていること」が財務省からの説明により確認されたとした。

以上により、意見では、「改定案の内容については、消費税の円滑かつ適正な転嫁の観点から妥当であると認められる。消費者への分かりやすく丁寧な説明に努められたい。」と結論付けた。

（3）消費税率の引上げに伴う鉄道運賃の改定案に関する消費者委員会の意見について

平成 26 年 4 月 1 日から消費税率を 5%から 8%へ引き上げることに伴い鉄道運賃の改定申請がなされた。JR 旅客会社、民鉄大手 15 社、東京地下鉄及び 6 大都市の公営地下鉄の旅客の運賃の上限の変更のうち重要なもの（運賃の認可が国土交通大臣に係るものに限る）については物価問題に関する関係閣僚会議に付議した上で決定することとされている。消費者庁より付議するにあたり、平成 26 年 2 月 13 日に消費者委員会の意見を求められた（資料 2-5-2-1）。

消費者委員会の公共料金等専門調査会において、平成 26 年 2 月 14 日に国土交通省へのヒアリングを行い、調査審議し、改定案に関する公共料金等専門調査会の意見をとりまとめ、同年 2 月 18 日に第 143 回消費者委員会本会議で報告し、消費者委員会は同日、消費者庁、国土交通省へそれぞれ意見を発出した（資料 2-5-2-3）。

意見については、審査を行った結果、「改定前の料金水準及び料金体系に著しい問題が認められないこと」及び「事業全体として 105 分の 108 を乗じた料金の設定が行われていること」が、国土交通省の説明により確認されたとした。

さらに、端数処理の方法については、「IC カード 1 円単位運賃が常に「現金運賃以下」となることを基本としているため、現金運賃の「切り上げ」を認めつつ、事業全体で 105 分の 108 以内の増収に収まるよう、定期運賃等他の券種により調整していること」、このため、「現金運賃利用者と定期運賃等他の券種の利用者との公平性が問題となること」、さらに、「現金運賃を利用する場合の IC カード利用との差額は比較的少額であるとともに、IC カードをより利用しやすくするために発売単価の引き下げ等の措置が行われること」が、国土交通省の説明により確認されたとした。

以上により、意見では、「改定案の内容は、消費税の円滑かつ適正な転嫁の観点から妥当であると認められる。消費者への分かりやすく丁寧な説明に努めら

りたい。」と結論付けた。なお、留意事項として「現金運賃と定期運賃等他の券種の料金バランス」、「現金運賃回数券の消費税転嫁による料金引き上げ幅」、さらに「ＩＣカード運賃が現金運賃よりも高くなる場合の端数処理のあり方」について、次回料金改定までに見直しを検討すべきとした。

(4) 消費税率の引上げに伴うバス運賃の改定案に関する消費者委員会の意見について

平成 26 年 4 月 1 日から消費税率を 5 % から 8 % へ引き上げることに伴いバス運賃の改定申請がなされた。東京都特別区内に路線を有する大手民営事業者、6 大都市の公営事業者の旅客の運賃の上限の変更のうち重要なもの（運賃の認可が国土交通大臣に係るものに限る）については物価問題に関する関係閣僚会議に付議した上で決定することとされている。消費者庁より付議するにあたり、平成 26 年 2 月 13 日に消費者委員会の意見を求められた（資料 2 - 5 - 2 - 1）。

消費者委員会の公共料金等専門調査会において、平成 26 年 2 月 14 日に国土交通省へのヒアリングを行い、調査審議し、改定案に関する公共料金等専門調査会の意見をとりまとめ、同年 2 月 18 日に第 143 回消費者委員会本会議で報告し、消費者委員会は同日、消費者庁、国土交通省へそれぞれ意見を発出した（資料 2 - 5 - 2 - 4）。

意見については、審査の結果、「改定前の料金水準及び料金体系に著しい問題が認められないこと」、「事業全体として 105 分の 108 を乗じた料金の設定が行われていること」及び「端数処理の方法については、10 円単位運賃事業者においては四捨五入を基本とし、1 円単位運賃導入事業者においては現金運賃について四捨五入を基本としつつ、1 円単位運賃を導入するＩＣカード運賃が現金運賃より高くなるよう調整すること」が、国土交通省の説明により確認されたとした。

以上により、意見では、「改定案の内容は、消費税の円滑かつ適正な転嫁の観点から妥当であると認められる。消費者への分かりやすく丁寧な説明に努められたい。」と結論付けた。

(5) 消費税率の引上げに伴う東京都特別特区に係るタクシー運賃の改定案に関する消費者委員会の意見について

平成 26 年 4 月 1 日から消費税率を 5 % から 8 % へ引き上げることに伴い東京都特別区に係るタクシー運賃の改定申請がなされた。東京都特別区に係るタクシー事業者の基本運賃（ハイヤー及び福祉輸送サービスに係る運賃を除く）については物価問題に関する関係閣僚会議に付議した上で決定することとされている。消費者庁より付議するにあたり、平成 26 年 2 月 13 日に消費者委員会の

意見を求められた（資料 2-5-2-1）。

消費者委員会の公共料金等専門調査会において、平成 26 年 2 月 14 日に国土交通省へのヒアリングを行い、調査審議し、改定案に関する公共料金等専門調査会の意見をとりまとめ、同年 2 月 18 日に第 143 回消費者委員会本会議で報告し、消費者委員会は同日、消費者庁、国土交通省へそれぞれ意見を発出した（資料 2-5-2-5）。

意見については、審査の結果、「改定前の料金水準及び料金体系に著しい問題が認められないこと」、「事業全体として 105 分の 108 を乗じた料金の設定が行われていること」及び「端数処理が合理的かつ明確な方法により行われていること」が、国土交通省の説明により確認されたとした。さらに、「今回の審議対象は公定幅運賃となるゾーン運賃に関するものである。当該区域における事業者からの届出によるタクシー運賃の動向は国土交通省が把握することが必要である」とした。

以上により、意見では、「改定案の内容は、消費税の円滑かつ適正な転嫁の観点から妥当であると認められる。なお、当該区域における各事業者の運賃届出の結果によるタクシー運賃の引上げ状況については、国土交通省において把握されたい。消費者への分かりやすく丁寧な説明に努められたい。」と結論付けた。

（ 6 ） 中部電力による家庭用電気料金値上げ認可申請に対する消費者委員会の意見について

平成 25 年 10 月 29 日付に中部電力株式会社から、家庭用電気料金の値上げ認可申請がなされた。同申請について、平成 26 年 3 月 14 日に電気料金審査専門小委員会が「中部電力株式会社の供給約款変更認可申請に係る査定方針案」を取りまとめたことを受けて、経済産業省では消費者庁に対し、同日付で「中部電力株式会社による電気供給約款の変更認可申請について」の協議を行い、さらに消費者庁は消費者委員会に対し、3 月 17 日付で当該協議内容に関する意見を求める付議を行った（資料 2-5-3-1）。

これを受けて、消費者委員会の公共料金等専門調査会家庭用電気料金の値上げ認可申請に関する調査会⁶では、地元消費者団体との電気料金値上げ認可申請に関する意見交換会を名古屋（平成 26 年 3 月 27 日）で開催し、同意見交換で出された意見や事前に実施した中部電力へのヒアリング内容等を踏まえ、同年 4 月 4 日に意見を取りまとめ、第 152 回委員会（平成 26 年 4 月 8 日）に提出した。

同意見では、審査プロセスの透明性等について評価しつつ、個別項目の更な

⁶ 「家庭用電気料金の値上げ認可申請に関する調査会」については、第 3 章 3.（1）を参照。

る改善をすること、また、中部電力は他の電力会社と比べて剰余金の水準が高い中での値上げ申請であったため、値上げを行う必要性等につき明確かつ丁寧に対応することを求めた。消費者委員会では同日付で消費者庁に対し、当該意見の内容を踏まえて、今後の経済産業省との協議を進めることを要請した（資料 2-5-3-2）。

その後、消費者庁では、消費者委員会の意見等を踏まえて経済産業省と査定方針案についての協議を行い、両省庁間で合意された査定方針案は、平成 26 年 4 月 15 日の物価問題に関する関係閣僚会議に共同付議の上で了承された。これにより、中部電力の家庭用電気料金の値上げ幅は、申請した 4.95%から 3.77%に圧縮され、実施時期については、同年 5 月 1 日とされた。中部電力では、査定方針を踏まえ値上げ幅を 3.77%に変更した申請を同年 4 月 18 日に行い、政府は同日認可を行った。

6. 消費者委員会からの建議に関するフォローアップ

消費者委員会が行った建議・意見表明等の実効性を高めるため、主要なものについては概ね半年後に関係省庁へのフォローアップを行い、指摘事項の実施状況や成果について確認を行っている。また、その他の課題についても、消費者基本計画の検証・評価・監視に係る関係省庁ヒアリング等の機会を捉えて、継続的にフォローアップを行っている。これまで消費者委員会が取りまとめたきた建議、提言・意見の概要と主な成果の一覧については、当委員会のホームページに掲載し、随時更新を行っている

この 1 年間に消費者委員会における議題として調査審議を行ったフォローアップとしては以下のものがある。

(1) 「詐欺的投資勧誘に関する消費者問題についての建議」のフォローアップ

当委員会が平成 25 年 8 月 6 日に取りまとめた「詐欺的投資勧誘に関する消費者問題についての建議」では、関係省庁（内閣府特命担当大臣（消費者）、国家公安委員会委員長、内閣府特命担当大臣（金融）、総務大臣、法務大臣、厚生労働大臣、経済産業大臣及び国土交通大臣）に対して、平成 26 年 2 月までに本建議への対応について、実施状況を求めていた。

当委員会は、平成 26 年 2 月に関係省庁から書面の提出を受けたことを受けて、第 150 回（平成 26 年 3 月 25 日）及び第 152 回消費者委員会本会議（平成 26 年 4 月 8 日）において、関係省庁から報告を受けた（資料 2-6-1、2-6-2）。

この報告を踏まえて、当委員会としては、建議の内容について真摯に取り組んでいることについて評価した上で、

- ①関係法令の執行強化に向けた措置については、
- (i) 引き続き刑法等関係法令を駆使した利殖勧誘事犯の重点的な取締りに努めること
 - (ii) 販売代行等の特定商取引法の規制対象となる「役務取引」への執行に努めるとともに、権利取引等のすき間事案に対しては、消費者安全法に基づく消費者への注意喚起、多数消費者財産被害事態を発生させた事業者への勧告・命令等の実施について、引き続き適切に実施すること
 - (iii) 特定商取引法の執行強化のため、自治体の執行担当部局における警察との人的交流や専門家との連携の推奨に努めること
- ②制度整備に向けた措置については、
- (i) 特定商取引法の指定権利制の在り方、又はこれと類似の制度整備については、当委員会として、その検討を引き続き要請すること
 - (ii) 違法行為による財産の隠匿・散逸を防止するための制度の導入については、引き続きその検討を推進すること
- ③犯行ツールに関する取組の強化については、
- (i) 携帯電話不正利用防止法に基づく取組を引き続き推進すること
 - (ii) 犯罪収益移転防止法に基づく取組を引き続き推進すること
 - (iii) 急増している現金送付型の詐欺被害の防止を図るため、運送事業者に対し、より分かりやすい注意喚起を行うように努めること
 - (iv) 代表権を有しない取締役等の登記の申請の際に本人確認資料を求めることについて、引き続き検討すること
- ④消費者への注意喚起及び高齢者の見守りの強化については、
- (i) 引き続き、高齢者等への注意喚起を積極的に行うことに努めること
 - (ii) 効果的・先駆的事例を他の都道府県及び都道府県警察へ情報提供を行うことに努めること
 - (iii) 今後も地方公共団体への適切な支援を行うこと
 - (iv) 地方自治体が行う市民後見人の養成等の取組の支援、「日常生活自立支援事業」の普及や充実等に努めること
- 等を求めた。

(2)「地方消費者行政の体制整備の推進に関する建議」のフォローアップ

当委員会が平成25年8月6日に取りまとめた「地方消費者行政の体制整備の推進に関する建議」については、内閣府特命担当大臣（消費者）に対して、平成25年度末までに本建議への対応の実施状況の報告を求めることとしていた。当委員会は、平成26年4月に消費者庁から書面の提出を受け、第155回消費者委員会本会議（平成26年4月22日）において、消費者庁から報告を受けた（資

料 2-6-3)。

この報告を踏まえて、当委員会としては、建議の内容について真摯に取り組んでいることについて評価した上で、①地方消費者行政の充実・強化に向けて、地方における計画的・安定的な取組が可能となるような財政支援の在り方を今後も検討すること。特に、地方の消費者行政予算が、基金から自主財源にスムーズに移行できるよう、効果的に取り組むこと、②地域力の強化のために、教育、福祉担当部局などの関連部局との連携強化や福祉関係団体等との官民連携を推進するとともに、消費者行政担当職員が庁内関係のハブとしての役割を果たすことができるよう、研修プログラムの整備や、自主財源・人員確保に向けた首長等への働きかけを今後も行うこと、③地方自治体における良い情報や好事例などをお互いに共有し学び合う機会を与えられるよう、地方消費者行政の「見える化」の手法を含めて検討することを求めた。

第3章 部会・専門調査会等における調査審議

消費者委員会では、広範かつ多様な消費者問題に対処するため、委員会本体のほか、部会・専門調査会等の下部組織を設置して調査審議を行ってきている。この1年間では、①食品表示部会（及び栄養表示に関する調査会、生鮮食品・業務用食品の表示に関する調査会、加工食品の表示に関する調査会）、②新開発食品調査部会（及び新開発食品評価第一・第二調査会）、③公共料金等専門調査会（及び家庭用電気料金の値上げ認可申請に関する調査会）、④景品表示法における不当表示に係る課徴金制度等に関する専門調査会、⑤食品ワーキング・グループに委員、臨時委員及び専門委員が配置され、調査審議を行ってきた（前掲資料1-1-4を参照）。

1. 新開発食品調査部会

新開発食品調査部会は、健康増進法及び健康増進法に規定する特別用途表示の許可等に関する内閣府令に基づいて、消費者庁長官が特定保健用食品の許可等を行う際に、内閣総理大臣の諮問に応じ、消費者委員会は調査審議することとされていることから、当該事項について調査審議を行うため、設置された部会である（資料3-1-1-1、3-1-1-2）。

この1年間では計5回（第15回から第19回）開催され、特定保健用食品の表示許可に係る調査審議等が行われた（資料3-1-1-3）。

(1) 新開発食品評価第一調査会

新開発食品評価第一調査会は、特別用途表示の許可に関する調査審議のうち、

腎・血圧、代謝、内分泌に関する事項について審議するため、新開発食品調査部会に設置された調査会である（資料3-1-2-1、3-1-2-2）。

この1年間では計5回（第15回から第19回）開催され、個別品目の特定保健用表示許可に係る申請資料等に基づき、安全性及び有効性の調査審議等が行われた。

（2）新開発食品評価第二調査会

新開発食品評価第二調査会は、特別用途表示の許可に関する調査審議のうち、消化吸収、免疫、その他第一調査会の調査審議事項以外の事項について審議するため、新開発食品調査部会に設置された調査会である（資料3-1-2-1、3-1-2-3）。

この1年間では計4回（第12回から第15回）開催され、個別品目の特定保健用表示許可に係る申請資料等に基づき、安全性及び有効性の調査審議等が行われた。

2．食品表示部会

食品表示部会は、食品衛生法に基づき、内閣総理大臣が、販売の用に供する食品、添加物、容器包装等の表示の基準を定めようとするとき、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（昭和25年法律第175号。以下「JAS法」という。）に基づき、内閣総理大臣が、飲食料品の品質の表示の基準を定めようとするとき、あるいは内閣総理大臣が、食品表示法第4条において規定する食品に関する表示の基準を定めようとするときに、消費者委員会の意見を聴かなければならないとされていることから、当該事項等について調査審議を行うために設置された部会である（資料3-2-1-1、3-2-1-2）。

この1年間では計5回（第26回～第30回）開催され、平成25年6月に成立した食品表示法において規定されている食品表示基準の策定等のほか、遺伝子組換えに関する表示に係る加工食品品質表示基準第7条第1項及び生鮮食品品質表示基準第7条第1項の規定に基づく農林水産大臣の定める基準の改正、食品衛生法第19条第1項の規定に基づく乳及び乳製品並びにこれらを主要原料とする食品の表示の基準に関する内閣府令（以下「乳等表示基準府令」という。）の改正について議論が行われた（資料3-2-1-3）。

また、第29回部会（平成26年6月25日）では、栄養表示に関する調査会から「栄養表示に関する調査会報告書」、生鮮食品・業務用食品の表示に関する調査会から「生鮮食品・業務用食品の表示に関する調査会報告書」、および加工食品の表示に関する調査会から「加工食品の表示に関する調査会報告書」の報告を受けた。なお、これら報告書および「栄養表示に関する調査会、生鮮食品・

業務用食品の表示に関する調査会、加工食品の表示に関する調査会報告書とりまとめ」は、第 165 回消費者委員会本会議（平成 26 年 7 月 8 日）において、阿久澤良造部会長から報告が行われた（資料 3-2-1-4）。

（１）栄養表示に関する調査会

栄養表示に関する調査会は、食品表示部会が、栄養表示に関し調査審議する場合において、必要な専門的事項の検討を行うために設置された調査会である（資料 3-2-2-1、3-2-2-2）。

平成 25 年 12 月 4 日の第 1 回調査会以降、平成 26 年 6 月までに計 6 回開催された（資料 3-2-2-3）。栄養表示の義務化に向け、栄養表示の対象成分、対象食品、対象事業者、分析方法や表示単位、栄養強調表示、食品単位や表示レイアウト等の表示の方法等について検討を行い、「栄養表示に関する調査会報告書」を平成 26 年 6 月 12 日にとりまとめた。

同報告書の内容については、第 29 回食品表示部会に報告を行った。

（２）生鮮食品・業務用食品の表示に関する調査会

生鮮食品・業務用食品の表示に関する調査会は、食品表示部会が、生鮮食品・業務用食品の表示に関し調査審議する場合において、必要な専門的事項の検討を行うために設置された調査会である（資料 3-2-2-1、3-2-2-4）。

平成 26 年 1 月 24 日の第 1 回調査会以降、平成 26 年 6 月までに計 5 回開催された（資料 3-2-2-5）。現行の食品衛生法第 19 条第 1 項の規定に基づく表示の基準に関する内閣府令（以下「表示基準府令」という。）、乳等表示基準府令、JAS 法に基づく生鮮食品品質表示基準等を統合するにあたり、生鮮食品関係の個別品質表示基準の整理、「生鮮食品」と「加工食品」の整理、業務用食品の表示、添加物のみを販売する場合の添加物の表示、生鮮食品関係の用語の統一等について検討を行い、「生鮮食品・業務用食品の表示に関する調査会報告書」を平成 26 年 6 月 13 日にとりまとめた。なお、複数の種類が異なる生鮮食品を混ぜ合わせた（異種混合）食品の取扱いについては、さらなる検討が必要とされた。

同報告書の内容については、第 29 回食品表示部会に報告を行った。

（３）加工食品の表示に関する調査会

加工食品の表示に関する調査会は、食品表示部会が、加工食品の表示に関し調査審議する場合において、必要な専門的事項の検討を行うために設置された調査会である（資料 3-2-2-1、3-2-2-6）。

平成 25 年 12 月 25 日の第 1 回調査会以降、平成 26 年 6 月までに計 8 回開

催された（資料3-2-2-7）。表示基準府令、乳等表示基準府令、JAS法に基づく加工食品品質表示基準等を統合するにあたり、加工食品関係の個別品質表示基準の整理、表示責任を有する者等の整理、販売形態ごとの適用範囲、レイアウトや文字の大きさ、アレルギーを含む食品の表示、加工食品関係の用語の統一等について検討を行い、「加工食品の表示に関する調査会報告書」を平成26年6月20日にとりまとめた。なお、製造所固有記号については、消費者庁案に対し、6つの代替案が出されたため、代替案についても資料に記載した上でパブリックコメントを実施し、その結果を踏まえて検討することとされた。また、栄養表示が義務化されることから、容器包装の面積が30cm²以上の表示事項の省略規定についても検討することとされた。

同報告書の内容については、第29回食品表示部会に報告を行った。

3. 公共料金等専門調査会

公共料金等専門調査会は、公共料金等に関する重要事項について、調査審議を行うために設置された専門調査会である（資料3-3-1-1、3-3-1-2）。

この1年間では計4回（第7回から第10回）消費者庁の協力も得て開催された（資料3-3-1-3）。第7回から第9回には、消費税率が5%から8%に引き上げられることに伴い、定形郵便物の上限料金の改定案について、JTのたばこ小売価格の改定案について、鉄道運賃の改定案について、バス運賃の改定案について、タクシー運賃の改定案について、それぞれ総務省、財務省、国土交通省からのヒアリングを実施し議論を行い、それぞれの改定案に関する意見⁷をとりまとめた。第10回においては、公共料金問題に係る論点整理をし、今後の進め方について議論を行った。

（1）家庭用電気料金の値上げ認可申請に関する調査会

家庭用電気料金の値上げ認可申請に関する調査会は、家庭用電気料金の値上げ認可申請がなされた電気事業者に対して消費者の視点から申請内容の検証を行うために公共料金等専門調査会に設けられた調査会である（資料3-3-2-1、3-3-2-2）。

この1年間では、中部電力及び北海道電力による家庭用電気料金の値上げ認可申請を受け、消費者庁の協力も得て、計5回開催された（資料3-3-2-3）。経済産業省や電力事業者からのヒアリング、地元消費者団体との意見交換会等を実施し、電気事業者による家庭用電気料金の値上げ認可申請について、

⁷ 消費税率引上げに伴う公共料金の改定に関する意見については、第2章5.（1）～（5）を参照。

①決定過程の透明性及び消費者参画の機会の確保が十分なされているか、②消費者の理解を得られるよう説明がなされているか、といった視点から申請内容の検証を行い、中部電力からの申請に対する意見⁸をとりまとめた。

4．景品表示法における不当表示に係る課徴金制度等に関する専門調査会

景品表示法における不当表示に係る課徴金制度等に関する専門調査会は、内閣総理大臣より諮問のあった、景品表示法上の不当表示規制の実効性を確保するための課徴金制度の導入等の違反行為に対する措置の在り方について、調査審議を行うために設置された専門調査会である（資料3-4-1、3-4-2）。

第139回消費者委員会本会議（平成25年12月17日）で設置され、平成26年2月6日に第1回専門調査会を開催し、第2回以降は消費者委員会本会議と合同で開催する形式で、6月10日までに計13回開催し、調査審議を行った（資料3-4-3）。2月から3月に行われた計6回の会議では、平成20年に国会に提出され、その後廃案となった景品表示法の改正法案に係る経緯、消費者庁における「消費者の財産被害に係る行政手法研究会」（平成23年10月～平成25年6月）での検討の成果やその後の検討状況等について説明を受けるとともに、課徴金制度を導入することの必要性や導入するとした場合の趣旨・目的、要件、手続等について調査審議を行った。また、各論点に関する本格的な検討に入る前の段階で、事業者からのヒアリングを2回実施し、併せて、既存の課徴金制度の運用状況等についてのヒアリングも実施した。その上で、平成26年4月1日、各論点の検討状況について一旦整理し、これを中間整理として公表した。また、中間整理後には、「被害回復の在り方」について調査審議するとともに、中間整理において引き続き検討を要するとしていた論点について議論を重ねつつ、事業者からのヒアリングを再度、2回にわたって実施した。

こうした調査審議を踏まえ、平成26年6月10日に「景品表示法上の不当表示規制の実効性を確保するための課徴金制度の導入等の違反行為に対する措置の在り方について（答申）（案）」⁹を取りまとめた。

本答申（案）は、同日の第163回消費者委員会本会議において答申として決定された。

5．食品ワーキング・グループ

食品ワーキング・グループは、食品の安全・表示等における委員会の主要検

⁸ 中部電力による家庭用電気料金値上げ認可申請に関する意見については、第2章5.（6）を参照。

⁹ 「景品表示法上の不当表示規制の実効性を確保するための課徴金制度の導入等の違反行為に対する措置の在り方について（答申）」については、第2章4.（2）を参照。

討課題について、当該課題に専門的知見を有する有識者等の協力を得つつ、集中的に調査審議を行い、その結果を委員会に報告するために設置されたワーキング・グループである（資料3-5-1）。

この1年間では計2回開催され、トランス脂肪酸の安全、表示等について、飽和脂肪酸との関係なども含めて議論が行われた（資料3-5-2）。

第4章 調査等

消費者委員会における調査審議の対象は消費者行政の全般にわたり、各分野における課題のそれぞれが極めて複雑かつ専門性を要することから、委員会が建議・意見表明等を行うに当たっては、一般の消費者等へのアンケート調査や関係者に対するヒアリング、現地調査等を通じて制度や実態を把握し、掘り下げた検討を行う必要がある。この1年間において、報告書を取りまとめた主な調査としては以下のものがある。

1. クレジットカード取引に関する消費者問題についての調査報告

クレジットカード取引に係る相談件数は増加しており、クレジットカード取引に係る相談件数の増加率は、クレジットカードの発行枚数やクレジットカード取引の増加率を大きく上回っている。また、全ての相談件数に占めるクレジットカード取引に係る相談件数の割合も年々上昇している。

クレジットカード取引の仕組みは、現金を決済手段とした販売店と消費者との間での取引よりも複雑である。取引の複雑化、重層化は、クレジットカード取引の一層の普及に資するものであったと思われるが、他方で消費者に被害が生じた際には、利害関係者が多いため、その解決をより難しいものとしていると思われる。

このような背景の中で、消費者が安心してクレジットカードを利用できる環境を整備することの重要性が一層高まっている状況を踏まえ、当委員会では、PIO-NET等による消費者被害の実態把握の調査を行うとともに、関係省庁や消費者団体、事業者団体、有識者等からヒアリングを重ねた。当委員会では、それらの結果を「クレジットカード取引に関する消費者問題についての調査報告」として取りまとめた（審議の経緯については資料4-1-1を参照）。

本調査結果は、第170回消費者委員会本会議（平成26年8月26日）に報告され、消費者委員会は、同日「クレジットカード取引に関する消費者問題についての建議」¹⁰を取りまとめた。

¹⁰「クレジットカード取引に関する消費者問題についての建議」については、第2章2.（1）を参照。

第5章 外部との意見交換、外部への情報発信

消費者委員会については、消費者の意見が直接届く透明性の高い仕組みとし、それをもとに政府の消費者行政全般に対して監視機能を発揮していくことが求められている。こうした仕組みを機能させるためには、地方の現場や関係団体等との意見交換並びに委員会の活動状況やその成果についての情報発信を積極的に実施することが重要である。これらの点について、この1年間においては以下のような取組を行ってきた。

1. 外部との意見交換等

(1) 地方消費者委員会（消費者問題シンポジウム）の開催

消費者委員会の委員が地方に出向き、消費者、関係各団体の声に直接真摯に耳を傾け、問題の解決に効果的に取り組むために、地方の関係団体や自治体などと連携し、意見交換等を行うものである。この1年間においては、滋賀（12月）、広島（3月）、静岡（7月）の計3箇所で開催を行った。これまで、「地方消費者委員会」の名称で第10回まで開催を重ねてきたが、第11回の広島での開催から名称を「消費者問題シンポジウム」と改めた。（資料5-1-1）。

(2) 消費者団体等関係団体との意見交換会の開催

消費者委員会の今後の運営改善を図るための参考とするため、消費者団体ほか関係団体等から最近の活動状況や消費者委員会の活動についての意見・要望等を聴取し、意見交換を行うための会合を定期的に行っている。この1年間においては、平成26年1月から2月まで、計4回の意見交換会を実施した（資料5-1-2）。

(3) 要望書・意見書等の受付

消費者委員会には、この1年間で205件の要望書・意見書等が寄せられた。内容をみると、消費者問題について広範な分野にわたって要望がなされている（資料5-1-3）。これらのうち主要なものについては、委員会の調査審議において取り上げて検討を行っている。

2. 外部への情報発信

(1) 委員会等の公開

委員会会合については、原則公開としている（一般の方の傍聴も可能。さらに、報道機関からの要望に応じ、会議全体についてカメラ撮りが可能）。なお、

議事録が公表されるまでの間は、ホームページ上で委員会審議の動画をインターネット配信している。

また、部会・専門調査会の審議についても、原則公開としている（会議を公開することにより、当事者若しくは第三者の権利若しくは利益又は公共の利益を害する恐れがある等の場合を除く）。

（２）委員長等による記者会見の実施

委員長による定例記者会見を月１回のペースで実施しているほか、委員会において建議・提言等を取りまとめた際には、委員会終了後に委員長等による記者会見を実施している（資料５－２－１）。なお、記者会見要旨についても、ホームページ上で公表している。

（３）委員会ホームページを通じた情報提供

消費者委員会のホームページ（<http://www.cao.go.jp/consumer/>）においては、上記の情報のほか、委員会の基礎的な情報（組織・法令等）、委員会の活動状況とその成果等、幅広い内容について情報提供を行っている。

また、トップページに委員会の最近における活動状況や当面の関心事項について分かりやすく解説するコーナーや、委員会の各会合における議論のポイントを簡潔にまとめた「消費者委員会会議レポート」、委員会の建議・提言等の概要や主な成果を一覧にした「消費者委員会の建議・提言等」を掲載したりするなど、ホームページの内容の充実・改善に取り組んでいる。

さらに、英語版のホームページを開設し、消費者委員会の機能や構成、建議・意見表明等の英訳を掲載する取組も行っている（資料５－２－２）。

（４）雑誌等への寄稿

消費者委員会の委員や事務局職員が、消費者問題や消費者法を専門とする雑誌等に定期的に寄稿し、委員会の活動状況や成果等について分かりやすく紹介している。